

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK MENGHADAPI
PERSAINGAN PADA LUK COFFE & BOOK YOGYAKARTA TAHUN**

2015 - 2017

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S-1)

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Ahmad Muzakky Riza

20120530074

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PERSEMBAHAN

Sebuah Karya yang kupersembahkan untuk orang di sekeliling saya yang saya cintai teruntuk keluargaku, sahabatku dan teman-temanku yang selalu memberi motivasi dan semangat pantang menyerah :

1. Allah SWT beserta Junjunganya Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan Rahmat dan Hidayat serta kesehatan sampai detik ini sampai skripsi ini saya buat
2. Untuk Kedua Orang tua saya yang sangat saya sayangi yaitu Bapak Drs. Sutrisno dan Ibu Umi Kalsum yang selalu sabar dan membiayai sekolah saya sampai saat ini terlebih tidak bisa diungkapkan dengan kata-kata
3. Keluarga Besar Bapak dan Ibu yang selalu kasih motivasi saya agar cepat lulus kuliah
4. Untuk adik saya yang saya rindukan selalu Muhammad Andy Mustofa yang saat ini sedang kuliah di Malang
5. Sahabat saya dari kecil di kampung yang selalu kasih harapan kelak kita akan sukses bersama
6. Untuk Sahabat saya di kampus yaitu Pri, Aziz, Ragil, Ozi, Nazar, Agam, Nizar, Rani, Ami dan Mbak Ayuk
7. Untuk Sahabat terbaik saya yaitu almarhum Naufal Dary Murtadha yang dahulu sekelas bareng, remidi bareng kita hadapi bersama-sama tetapi tuhan berkata lain engkau telah dipanggil dahulu, selamat jalan sahabatku Naufal
8. Untuk teman seangkatan saya Ilmu Komunikasi Angkatan 2012 yang sangat saya cintai bagaimanapun saya tidak akan melupakan kalian teman
9. Untuk teman-teman KKN 25 yang saya rindukan

MOTTO

"Musuh yang paling berbahaya di atas dunia ini adalah penakut dan bimbang. Teman yang paling setia, hanyalah keberanian dan keyakinan yang teguh."

(Andrew Jackson)

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat beriring salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, keluarga dan sahabat beliau sekalian serta orang-orang mukmin yang tetap istiqomah di jalan-Nya.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk menyelesaikan kurikulum di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penyusunan skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Menghadapi Persaingan Pada Luk Coffe & Book Yogyakarta”** dapat diselesaikan tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Ibu Dr. Titin Purwaningsih, S.IP, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Haryadi Arif Nur Rasyid, S.IP, M,Sc Selaku Dosen pembimbing dan Kepala Program Studi Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Terimakasih telah sabar membimbing saya
4. Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si selaku Dosen Penguji I dalam sidang skripsi ini. Terima kasih atas waktu, saran dan kritik, kesabaran dan

nasihat yang sangat membantu dalam mengevaluasi penulisan skripsi ini hingga penulisan ini berjalan dengan baik.

5. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si selaku Dosen Penguji II dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, saran dan kritik, kesabaran dan nasihat yang sangat membantu dalam mengevaluasi penulisan skripsi ini hingga penulisan ini berjalan dengan baik.
6. Bapak Jono, Bapak Muryadi dan Mbak Siti selaku sekretariat TU jurusan ilmu komunikasi yang banyak membantu dalam mengurus berkas saya
7. Mas Arif Sagita Rahman selaku pemilik Luk coffe and Book terima kasih karena telah diijinkan sebagai objek penelitian sampai skripsi ini selesai
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya ilmu komunikasi serta seluruh staf karyawan yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
9. Seluruh Karyawan, Barista beserta staf Manajer di Luk coffe and Book
10. Teman-teman yang berada dalam keluarga besar mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya jurusan Ilmu Komunikasi UMY angkatan 2012. Terimakasih

Semua bantuan yang diberikan kepada penulis semoga mendapat karunia dari Allah SWT. Penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi sempurnanya penulisan ini. Akhir kata, penulis berharap semoga Skripsi ini bermanfaat bagi

kemajuan ilmu manajemen pada umumnya dan bermanfaat bagi pembaca pada khususnya.

Yogyakarta, Mei 2018

Penulis

Ahmad Muzakky Riza

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
F. Kerangka Teori.....	8
1. Strategi Komunikasi Pemasaran	8
2. Langkah Strategi Perencanaan Komunikasi Pemasaran	21
3. Bauran Promosi.....	28
G. Metode Penelitian.....	29
1. Objek Penelitian	30

2. Sumber Data.....	30
3. Teknik Pengumpulan Data.....	31
4. Informan Penelitian.....	32
5. Teknik Analisis Data.....	34
6. Sistematika Penelitian	36
BAB II DESKRIPSI LUX COFFE & BOOK YOGYAKARTA	37
A. Profil Lux Coffe & Book Yogyakarta.....	37
B. Visi Misi Lux Coffe & Book Yogyakarta.....	38
C. Logo Lux Coffe & Book Yogyakarta	38
D. Lokasi Lux Coffe & Book Yogyakarta.....	39
E. Struktur Lux Coffe & Book Yogyakarta.....	40
F. Interior dan Exterior Lux Coffe & Book Yogyakarta.....	41
BAB III PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	44
A. Penyajian Data	44
B. Pembahasan.....	63
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA

Lampiran-lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penumpang Cafe	6
Tabel 1.2	Informan Penelitian	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Logo Lux Coffe & Book Yogyakarta.....	40
Gambar 2.2	Lokasi Lux Coffe & Book Yogyakarta	41
Gambar 2.3	Instagram Lux Coffe & Book Yogyakarta	41
Gambar 2.4	Struktur Organisasi Lux Coffe & Book Yogyakarta.....	42
Gambar 2.5	Interior Lux Coffe & Book Yogyakarta	43
Gambar 2.6	Rak Buku Lux Coffe & Book Yogyakarta	43
Gambar 2.7	Luk Nutty.....	43
Gambar 2.8	Milk Pasta & Beef	43
Gambar 2.8	Cheese Sandwich.....	43
Gambar 3.1	Wawancara dengan Owner Luk Coffe & Book	45
Gambar 3.2	Wawancara dengan karyawan Luk Coffe & Book.....	45
Gambar 3.3	Nongkrong sambil mengedukasi di Luk Coffe & Book.....	47
Gambar 3.4	Daftar diskon di Lux Coffee & Book Yogyakarta	49
Gambar 3.5	Kriteria waktu diskon di Lux Coffee & Book Yogyakarta	50
Gambar 3.6	Kualitas rasa dan inovasi kopi di Luk Coffe & Book	52
Gambar 3.7	Luk Coffe & Book ikut serta pada Pameran di J Walk	54
Gambar 3.8	Luk Coffe & Book ikut serta pada Pameran di J Wal	55
Gambar 3.9	Event di Taman Kuliner Yogyakarta.....	55
Gambar 3.10	Event di @ruangcafe	56
Gambar 3.11	Event (World Aids Day 2016).....	56
Gambar 3.12	Instagram dan Twitter Luk Coffe & Bookich	45
Gambar 3.13	Cover majalah Luk Coffe & Book pada 30 Juli 2015	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Deskripsi Transkrip Wawancara

Lampiran 2 Dokumentasi

ABSTRAK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI ADVERTISING

Nama : Ahmad Muzakky Riza

NIM : 20120530074

**Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Untuk Menghadapi
Persaingan Pada Luk Coffe & Book Yogyakarta Tahun 2015-2017**

Tahun Skripsi : 2018 + 99 halaman + 2 lampiran + 3 tabel

Daftar Pustaka : 16 buku + 12 jurnal + 0 website

Konsumen adalah prioritas utama bagi cafe ini, maka dari itu Luk Coffe & Book selalu mengutamakan kualitas pelayanan dan promosi dalam meningkatkan penjualan. Namun akhir-akhir ini diketahui bahwa kebanyakan pelanggan yang datang hanya pelanggan yang rata-rata sudah pernah berkunjung ke cafe ini dan pemilik cafe terkendala dalam melakukan komunikasi pemasaran guna meningkatkan jumlah pelanggan yang berdampak pada hasil penjualan. Hal tersebut disebabkan karena adanya ancaman dan kelemahan dari kafe ini.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian adalah 3 orang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi pemasaran Luk Coffe & Book Yogyakarta dilakukan dengan upaya penyampaian pesan akan produk baru yang dihasilkan yaitu dengan pemilihan media secara online maupun offline. Selain itu pendekatan langsung ke konsumen juga telah sering dilakukan oleh pemilik dan karyawan Luk Coffe & Book Yogyakarta.

Penerapan strategi komunikasi pemasaran Luk Coffe & Book Yogyakarta dilakukan dengan upaya penyampaian pesan akan produk baru yang dihasilkan yaitu dengan pemilihan media secara online maupun offline.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi pemasaran, Bauran promosi

ABSTRACT

UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCE

DEPARTMENT OF SCIENCE COMMUNICATION

ADVERTISING CONCENTRATION

Name : Ahmad Muzakky Riza

NIM : 20120530074

**Title Thesis : Marketing Communication Strategy To Face Competition At
Luk Coffe & Book Yogyakarta Year 2015-2017**

Year Thesis : 2018 + 99 page + 2 attachment + 3 tables

References : 16 books + 12 journals + 0 websites

Consumers are the top priority for this cafe, therefore Luk Coffe & Book always put the quality of service and promotion in increasing sales. But lately it is known that most customers who come only average customers who have been to this cafe and cafe owner constrained in marketing communication to increase the number of customers that impact on sales results. This is due to the threats and weaknesses of this cafe.

This research uses descriptive qualitative research method. Data collection is done by interview and documentation. Informants in the study were 3 people. The results of this study indicate that the implementation of marketing communication strategy Luk Coffe & Book Yogyakarta done with efforts to deliver a message will be a new product that is produced by the selection of media online and offline. In addition, the direct approach to consumers has also been frequently done by owners and employees of Luk Coffe & Book Yogyakarta.

The implementation of marketing communication strategy of Luk Coffe & Book Yogyakarta is done by efforts to deliver the message of new product that is produced by choosing the media online and offline.

Keywords : Communication Strategy, Marketing Communication, Promotion mix